



POR HJALMAR FUGMANN

Líder da Voith Paper América do Sul

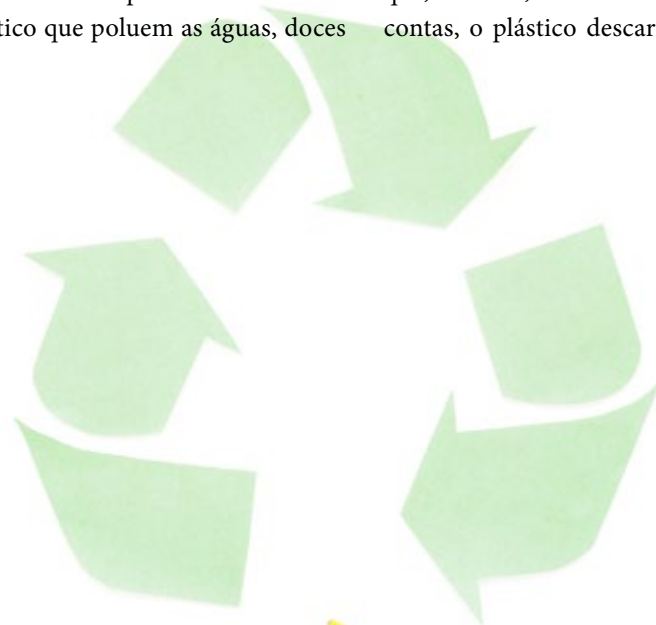
# O “não lixo” e as novas oportunidades para as empresas

**E**m uma apresentação que recebemos na Voith, no final do ano passado, ouvi a seguinte frase: “o lixo é um erro de design”. Este enfoque ao tema me marcou. Nasci e cresci em Curitiba, no Paraná, um dos municípios brasileiros em que a coleta seletiva de lixo foi instalada com sucesso há bastante tempo. A separação de resíduos dentro de casa sempre foi muito natural para mim e, até recentemente, reconheço que era o suficiente para a minha consciência: eu separava o reciclável do orgânico, compreendendo que o restante do caminho estaria, naturalmente, encaminhado – ou seja, a transformação do usado em reutilizável ocorreria.

Neste contexto, as toneladas de lixo plástico acumuladas nos oceanos e o microplástico que poluem as águas, doces

ou salgadas do planeta, não pareciam ser também resultado daquela parcela de lixo que eu separava em casa. Contudo, o impacto negativo dos plásticos descartáveis, especialmente dos chamados “*single use*”, ou “de uso único”, está cada vez mais claro para cada um de nós. Cresce a consciência de que precisamos evitar o seu uso para adotar materiais que sejam reutilizáveis.

Estudando mais a fundo a questão, descobrimos que apenas 1,2% do plástico no Brasil é reciclado, de acordo com o Fundo Mundial para a Natureza (WWF, sigla em inglês). Assim, vemos que a nossa intenção em separar e reciclar, apesar de necessária e boa, não é suficiente para que, sozinha, mude a realidade para melhor. No fim das contas, o plástico descartado, junto com outros materiais



recicláveis ou não, possivelmente acabarão por serem despejados em algum lugar fora de nossas casas e longe de nossos olhos, eventualmente impactando negativamente um bioma e alimentando uma cadeia de desequilíbrio ambiental. O impacto, por vezes, é incalculável.

Aqui, cabe retornar à base do consumo consciente dos 3 Rs (reduzir, reutilizar e reciclar). É preciso concentrar esforços nos dois primeiros (reduzir e reutilizar) para, somente quando necessário, reciclar. O ideal é reduzir o consumo e reutilizar o que se consome. A chave está nestes dois primeiros passos. Neste caso, como em tantas outras frentes, a mudança começa por nós mesmos.

Abro um importante parêntese aqui para deixar claro que não sou contra o uso do plástico. Pelo contrário – ele é um material de incrível utilidade e versatilidade, sendo uma boa opção para diversas aplicações devido às suas importantes características químicas e físicas. Não obstante, é preciso repensar, sim, seu uso, especialmente em itens descartáveis e, ainda mais nos de uso único, como canudos, copos e embalagens.

Grandes cidades brasileiras como São Paulo e Rio de Janeiro já têm leis que proíbem a distribuição destes artigos e, por isso, empresas varejistas e marcas já estão se adaptando para substituí-los por itens como talheres de inox, ou aqueles feitos a partir de papel. Embalagens para envolver latas ou invólucros para alimentos já são exemplos concretos de adoção recente mundo afora.

Neste contexto, é inegável reconhecer que as circunstâncias atuais se apresentam como uma relevante oportunidade para que o papel e a celulose, em seus mais diversos usos, procurem resolver parte dos problemas de geração de lixo, que estão atualmente em debate mundial, tanto nas esferas públicas quanto na sociedade civil em geral. Este é um caminho sem volta.

Falar para um consumidor há 20 anos que o papel substituiria um canudo plástico ou seria uma alternativa preferida para embalar produtos de alto padrão seria uma ousadia. Recentemente, em uma visita à sede da Voith na Alemanha, pude conferir uma caixa para telefone celular feita 100% a partir de celulose, sem nenhuma aplicação plástica. Além de oferecer segurança ao equipamento, confere beleza e praticidade, tudo isso em uma faceta sustentável. É uma embalagem sem erro de design, se nos basearmos na afirmação do início do texto.

As embalagens inteligentes são somente um exemplo em um universo de oportunidades. Há projetos de uso de materiais feitos a partir de celulose em uma infinidade de aplicações, desde resinas, polímeros, colas, alimentos, medicação e em roupas, como substituição a materiais sintéticos – a cada lavagem, as fibras sintéticas eliminam microplástico com a água.

Precisamos considerar, ainda, o próprio movimento dos consumidores que, individualmente ou em grupo, pressionam por mais mudanças com seus padrões de exigência cada vez mais altos. Outro dia chegou à minha casa um shampoo sólido com o nome curioso de B.O.B. (Bars Over Bottles), adquirido em substituição aos tradicionais shampoos líquidos. A “novidade”, pelo menos para mim, traz em seu nome parte do propósito do produto: é movida, principalmente, pelo desejo dos clientes em gerar menos lixo não biodegradável.

No caso das empresas, temos que agir de acordo com os discursos feitos da porta para fora, e assumir mudanças internas coerentes. No escritório da Voith no Jaraguá-SP, distribuímos centenas de garrafas de vidro em substituição aos copos plásticos. O mesmo foi feito com a água das salas de reunião: agora, temos garrafas grandes de vidro e copos do mesmo material. Mais do que o gesto da substituição em si, isso significa a busca por viver nossos valores. É um passo pequeno, e outros seguirão.

Já há companhias em processo avançado dessa substituição de materiais tradicionais pelo papel e celulose. Se “fizerem a coisa bem-feita”, estas serão cada vez mais reconhecidas por seus clientes – externos e internos. Já as que demorem a se movimentar vão encarar o custo – tangível e intangível – de serem vistas como ultrapassadas e ambientalmente irresponsáveis. O que hoje é oportunidade, rapidamente virará obrigação. Já aconteceu no passado com outras questões e, agora, é a vez do “não lixo”.

Nossos jovens, os consumidores do futuro, serão ainda mais conscientes do que a geração atual e o comportamento que esperarão das empresas é que apontem caminhos para tratar de temas como pegada de carbono, uso consciente de recursos como água e energia, diversidade e inclusão, igualdades de forma ampla e tantos outros assuntos de grande relevância atualmente – dentre eles, o do aporte de inteligência e consciência no desenvolvimento, seleção de matéria-prima, fabricação, distribuição e manejo de embalagens. Esta é a nossa deixa.

